

Interview mit Sabine Geldermann, Director drupa, Portfolio Print Technologies

# Deutliche Investitionsbereitschaft

**Nach acht Jahren war es endlich wieder soweit und die drupa 2024 öffnete für elf Tage ihre Pforten. Trotz der zahlreichen globalen gesellschaftlichen Herausforderungen zog die Weltleitmesse wieder das Who-is-who der Print- und Packaging-Branche nach Düsseldorf. Wir sprachen mit Sabine Geldermann, Director drupa, Portfolio Print Technologies, über die wichtigsten Impulse, markante Trends, spannende neue Kooperationen und ein endlich wieder auflebendes Investitionsklima.**



**Sabine Geldermann, Director drupa, Portfolio Print Technologies**

**Wie bewerten Sie die diesjährige drupa 2024 aus Ihrer Perspektive?**

Trotz der relativ langen Laufzeit sind die Messtage wie im Flug vergangen. Die Bilanz, die wir aus dieser Zeit ziehen, ist eine sehr positive, und die drupa 2024 hat nach elf Tagen mit zahlreichen Vertragsabschlüssen und unzähligen technologischen Innovationen überaus erfolgreich geendet. Insgesamt 1.643 Aussteller aus 52 Nationen haben in Düsseldorf eindrucksvoll den Fortschritt und die Leistungsfähigkeit der gesamten Print- und Packaging-Branche unter Beweis gestellt. Die hohe Internationalität bestand hierbei nicht nur auf Seiten der Aussteller, sondern auch auf der Besucherseite. Wir freuen uns, dass es uns gelungen ist, mit der drupa 2024 erneut einen Benchmark zu setzen, der die Strahlkraft und den Stellenwert der drupa in Europa am Standort Deutschland sowie international unterstreicht. Die Internationalität lag bei über 80 Prozent, insgesamt reisten Besucher aus 174 Ländern an. Nach Europa war Asien mit 22 Prozent am stärksten vertreten, gefolgt von Amerika mit 12 Prozent. Europa bot sowohl von Seiten der Aussteller als auch

der Besucher das größte Teilnehmerkontingent auf. Der Anteil aus Asien und der MENA-Region (Middle East & North Afrika) ist seit der letzten drupa deutlich gestiegen, doch auch Lateinamerika war überaus präsent. Indien war erneut – spiegelbildlich zu 2016 – eines der größten Besucherländer, dicht gefolgt von Brasilien, den USA und China. Dies zeigt, dass die drupa nach wie vor eine Ausnahmestellung einnimmt und nicht nur die größte, sondern auch bedeutendste Messeplattform weltweit für die Druck- und Weiterverarbeitungsbranche darstellt.

Was mich persönlich sehr beeindruckt hat, waren die faszinierenden, hoch professionellen Bühnenprogramme unserer Aussteller. Auf vielen Ständen in nahezu allen Hallen wurden absolut überwältigende und beeindruckende Live Performances geboten, und auch auf emotionaler Ebene wurden die Besucher intensiv angesprochen – denken Sie beispielsweise an die bewegende Online Ausstellung der „World unseen“ am Stand von Canon, wo gezeigt wurde, wie blinden Menschen durch die Kraft eindrucksvoller Fotografien und taktilen Druck ermöglicht wird, eines der

letzten männlichen Breitmaulnashörner zu erleben. Ich würde den vielen Ausstellern, die spektakuläre Shows und Anwendungen geboten haben, nicht gerecht werden, wenn ich nur wenige hervorhebe, doch wir wissen alle, welche imposanten Auftritte wir an den Ständen gesehen haben.

Besonders liegt mir zudem der überaus wertvolle Wissenstransfer am Herzen, für den die drupa seit jeher steht. Dies spiegelt sich auch in dem hohen Zuspruch für unser umfangreiches Rahmenprogramm mit seinen fünf hochkarätig besetzten Sonderforen drupa cube, drupa next age (dna) sowie den touchpoints packaging, textile und sustainability wider. In einer Zeit, die von einem kontinuierlichen Wandel geprägt ist, entsteht ein Klima, in dem immer neue, kreative Geschäftsmodelle gedeihen. Diese zu kommunizieren und vorzustellen sorgte für einen intensiven Wissenstransfer und hat den Besuchern wichtige Orientierungshilfen geboten. Gemeinsam mit unseren Partnern haben wir eine beeindruckende Branchenkompetenz präsentiert und ausgewählte Zukunftsthemen dieser Zielgruppen adressiert. Um das Messerlebnis noch weiter abzurunden, haben wir darüber hinaus geführte Rundgänge zu verschiedenen Themenschwerpunkten organisiert, die sich allgemein großer Beliebtheit erfreuten. So hatten wir beispielsweise den Egypt, China, India und Japan Day, die stets von zahlreichen Delegationen mit zum Teil von mehr als einhundert Teilnehmern frequentiert wurden. All diese Angebote haben sehr zur Qualität der Besuche beigetragen, und wir haben vielfach die Rückmeldung erhalten, dass in diesem Jahr ein größerer Anteil an Besuchern mit hoher Entscheidungskompetenz zugegen war – ein Aspekt, der ebenfalls für die besondere Qualität und die Bedeutung der drupa spricht.

Zudem hat sich das ganze Team besonders darüber gefreut, dass wir trotz all der Herausforderungen, die die Welt aktuell mit sich bringt – mit ihren Krisen, die gar nicht soweit von uns entfernt sind und mit den Sorgen im Vor-

feld, ob die Menschen überhaupt Reisen können – Aussteller und Besucher aus allen Regionen der Welt hier in Düsseldorf begrüßen konnten. Wir durften diese Veranstaltung elf Tage in Frieden mit so vielen unterschiedlichen Nationen ohne kritische Vorfälle auskosten – ein Umstand, der heute nicht mehr so ohne weiteres gegeben ist. Dafür sind wir sehr dankbar.

**Neben den technologischen Innovationen machte die diesjährige drupa vor allem durch zahlreiche Kooperationen und neu geschlossene Partnerschaften von sich reden. Doch wie sieht es mit der Investitionsbereitschaft der Besucher aus?**

Wir haben während dieser elf Tage ein deutlich verbessertes Investitionsklima erkennen können, und die zahlreichen von den Unternehmen kommunizierten Vertragsabschlüsse stimmen uns positiv. Die derzeitige Investitionsbereitschaft liegt meiner Ansicht nach zum einen darin begründet, dass die drupa über diesen langen Zeitraum nicht stattfinden konnte, und zum anderen an den zahlreichen neuen Anwendungsmöglichkeiten und technologischen Innovationen – allen voran Themen wie Automation und KI – die unsere Branche derzeit prägen und massiven Einfluss auf sie nehmen. Ich bin überzeugt davon, dass insbesondere viele der internationalen Teilnehmer auf den Start der drupa gewartet haben, um sich hier gezielt zu informieren, auszuloten was heute einerseits technologisch möglich ist und andererseits ein Gefühl dafür

zu entwickeln, welchen Anforderungen und Marktentwicklungen sie sich mit ihrem jeweiligen Geschäftsmodell konfrontiert sehen, um darauf aufbauend ihre Investitionsentscheidungen zu treffen. Vielfach haben uns unsere Kunden berichtet, dass die von ihnen gesteckten Vertriebsziele bereits am fünften oder sechsten Tag erreicht wurden – ein Trend, der sich über alle Unternehmensgrößen hinweg zog und der uns alle sehr optimistisch stimmt. Sowohl Asien als auch Lateinamerika und die MENA-Region sind Märkte mit großem Wachstumspotenzial. Dies hat sich in diesem Jahr sowohl in der deutlich gestiegenen Präsenz als auch in den Auftragsbüchern der Aussteller widergespiegelt. Zahlreiche der Key-Player, wie beispielsweise Bobst, Canon, Fujifilm, Heidelberger Druckmaschinen, HP, Horizon, Koenig & Bauer, Komori, Konica Minolta, Kurz und Landa meldeten Vertragsabschlüsse, die deutlich über das Erwartete hinausgingen.

Neben den bereits abgeschlossenen Verträgen sind darüber hinaus auch die generierten Leads für die Unternehmen von großer Bedeutung, die sicherlich noch zahlreiche weitere Investitionen in den kommenden Monaten nach sich ziehen werden. Markant war, dass in diesem Jahr 45 Prozent der drupa-Besucher Erstbesucher waren. Eine Größenordnung, die nach achtjähriger Zäsur nicht verwunderlich ist, da die letzte Referenz im Jahr 2016 lag. Gleichzeitig ist es aber auch schön zu sehen, dass wieder viele der langjährigen drupa-Besucher gekommen sind, die bereits

auf zahlreiche Teilnahmen an vorherigen drupa-Editionen zurückblicken. Gerade nach der langen Pause war es nicht nur für uns, sondern auch für viele unserer Aussteller und Besucher eine Freude, die vielen bekannten Gesichter unserer Community wiederzusehen, die sich hier in Düsseldorf erneut zusammengefunden haben.

**Wie bewerten Sie die Perspektiven für den Mittelstand?**

Der Mittelstand ist das Rückgrat unserer Branche sowie vieler europäischer Länder und anderer Nationen und für die Print- und Packagingbranche von enormer Bedeutung. Natürlich ziehen manche große Player besonders viele Besucher an, doch meines Erachtens nach, hat sich der Mittelstand ebenfalls prächtig aufgestellt und ist ein wichtiger Treiber dieser Branche. Dennoch lässt sich beispielsweise aus den Branchendaten der Intergraf ablesen, dass sich insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen mit 20 bis 30 Mitarbeitern in der Phase der Transformation schwer tun. Einerseits hat es in diesem Umfeld bereits eine deutliche Konsolidierung gegeben, die sich ohne Zweifel noch weiter fortsetzen wird. Andererseits bilden sich jedoch auch Allianzen und Partnerschaften, bei denen sich Kräfte erfolgreich bündeln, um sich zukunftssicher zu positionieren. Dies ist definitiv eine Tendenz, die wir auf der drupa 2024 sehr stark beobachten konnten.

**In welche Richtung wird sich die drupa weiterentwickeln?**

Ich bin überzeugt davon, dass die Themen KI, eine fortschreitende Digitalisierung, komplexe Workflows und eine nachhaltige Produktion unsere Branche weiter stark beeinflussen werden. Die Aspekte der Kreislaufwirtschaft und der Nachhaltigkeit werden unsere Agenda sicherlich nicht mehr verlassen, und ich denke, dies sind gesetzte Themen für die nächsten Jahre und auch für die drupa 2028. Das Gleiche gilt für die Themen künstliche Intelligenz, Konnektivität und Plattformökonomie, die bereits in diesem Jahr von großer Bedeutung waren und die in den nächsten Jahren noch viel relevanter werden.

**Frau Geldermann, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!**



**Startschuss zur drupa 2024: v.l. Erhard Wienkamp, Geschäftsführer der Messe Düsseldorf, Dr. Stephan Keller, Oberbürgermeister der Stadt Düsseldorf, Sabine Geldermann, Director drupa, Portfolio Print Technologies, Vicky Pryce, Chief Economic Advisor, Wolfram N. Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung Messe Düsseldorf, und Dr. Andreas Pleßke, Vorsitzender des drupa Komitees**